

# "L'ODYSSÉE" DE CARTIER REMPORTE LE GRAND PRIX DU LUXE

«Petit bijou publicitaire», «une merveille», «un spot sublime, époustouflant»... La blogosphère et la presse internationale ont rivalisé de superlatifs en mars dernier à la sortie de «L'Odyssée», le film de marque du joaillier Cartier, signé Marcel et Publicis 133 et réalisé par Bruno Aveillan. Un enthousiasme partagé par le jury de professionnels du Grand Prix Stratégies/Amaury Médias du luxe 2012, qui lui a attribué la plus haute distinction, remise mercredi 19 septembre à Paris. Depuis près de vingt ans, Cartier n'avait plus pris la parole de manière institutionnelle. A l'occasion des 165 ans de l'entreprise, ce film corporate de 3 minutes 30, chargé de nourrir la marque, devait donc témoigner, dans sa conception et sa réalisation, du savoir-faire créatif et de l'audace revendiqués par le numéro un mondial de la joaillerie, fleuron du numéro deux mondial du luxe, le groupe sud-africain Richemont. [Palmarès complet sur Strategies.fr](http://Strategies.fr)